



**DQQ-002-002206**

Seat No. \_\_\_\_\_

**M. Com. (Sem. II) (CBCS) Examination**

May / June - 2015

**Consumer Behaviour-Elective Course-2  
(Marketing Group)**

**Faculty Code : 002**

**Subject Code : 002206**

Time :  $2\frac{1}{2}$  Hours]

[Total Marks : 70

1 MCQ 20

(1) પેદાશ કે સેવા ખરીદવા માટે કરાર કરવાવાળા વ્યક્તિને \_\_\_\_\_ કહેવામાં આવે છે.

(A) ઉપભોક્તા

(B) ગ્રાહક

(C) ખરીદનાર

(D) (B) અને (C) બંન્ને

(2) ગ્રાહક નિર્ણય પ્રક્રિયાનો \_\_\_\_\_ મોડેલ ત્રણ પ્રકારના નિર્ણયો જેવા કે સમસ્યાનો વ્યાપક ઉકેલ, સમસ્યાનો મર્યાદિત ઉકેલ અને રોજિંદો પ્રતિભાવ વિશે વાત કરે છે.

(A) પ્રેરક-પ્રતિભાવ

(B) સ્કેફમેન અને કાનુક

(C) નિકોસિયા

(D) હોવર્ડ અને શેઠ મોડેલ

(3) બિનઆયોજિત રીતે ક્ષણભરમાં કરવામાં આવતી ખરીદી ક્રિયાને \_\_\_\_\_ કહેવામાં આવે છે.

(A) આદત

(B) વ્યાપક નિર્ણય

(C) આવેગ નિર્ણય ખરીદી

(D) ઉપરોક્ત કોઈ નહીં.

(4) એક વ્યક્તિ કંઈ નહીં અને કંઈક વચ્ચેનો તફાવત કરી શકે તે સ્તરને \_\_\_\_\_ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે.

(A) માત્ર નોંધપાત્ર તફાવત

(B) સંપૂર્ણ શ્રેણી

(C) લર્નિંગ/શિખવું

(D) અધજાગૃત મનના પર્સેપ્શન

- (5) નીચેનો કયો વિકલ્પ ગ્રાહકના દષ્ટિકોણમાં પેદા થતી જટિલતા નથી ?
- (A) બાહ્ય દેખાવ (B) રૂઢિબદ્ધ ધારણા  
(C) હેલો અસર (D) વર્ગીકરણ
- (6) નીચેનો કયો વિકલ્પ અભિપ્રાય નેતાઓનું એક લક્ષણ છે ?
- (A) તેઓ માહિતી અને સલાહ બન્નેના સ્ત્રોત છે.  
(B) તેઓ અનુભવી હોય છે.  
(C) તેઓ મીડિયાના સંપર્કમાં વધારે હોય છે.  
(D) ઉપરોક્ત તમામ
- (7) એલર્ડરની ઈ.આર.જી. થીયરીનાં ત્રણ મૂળભૂત ઘટકોમાંનો એક નીચેનો કયો વિકલ્પ નથી ?
- (A) અસ્તિત્વ નીડ્સ (B) વૃદ્ધિ જરૂરિયાતો  
(C) લાગણીવશ જરૂરિયાતો (D) સંબંધિત જરૂરિયાતો
- (8) \_\_\_\_\_ એવું જૂથ છે જેમાં જોડાવાની ઈચ્છા/અભિલાષા સામાન્ય રીતે એક વ્યક્તિ ધરાવતો હોય છે.
- (A) વર્જિત જૂથ (B) મહત્વાકાંક્ષી જૂથ  
(C) સંદર્ભ જૂથ (D) ઉપરોક્ત કોઈ નહીં
- (9) નીચેનો કયો વિકલ્પ વલણની રચનામાં સામેલ એક પરિબળ નથી ?
- (A) ગ્રુપ પરિબળો (B) વ્યક્તિત્વ પરિબળો  
(C) પ્રત્યક્ષ અનુભવ (D) લિકર્ટ સ્કેલ
- (10) લર્નિંગ/શીખવાની ઓપરાં કંડિશનિંગ થીયરીને \_\_\_\_\_ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.
- (A) ક્લાસિકલ કંડિશનિંગ (B) માહિતીપ્રદ કંડિશનિંગ  
(C) ઈન્સ્ટ્રુમેન્ટલ કંડિશનિંગ (D) સંસ્થાકીય કંડિશનિંગ
- (11) \_\_\_\_\_ સામાજિક પાસાઓ અને અન્યના વર્તનની નકલ પર આધારિત છે.
- (A) જ્ઞાનાત્મક થીયરી (B) નિરીક્ષણાત્મક લર્નિંગ થીયરી  
(C) લો સામેલગીરી થીયરી (D) આદત

- (12) નીચેનો કયો વિકલ્પ સ્વ છબીનો એક પ્રકાર નથી ?
- (A) નિયમિત સ્વ છબી (B) આદર્શ સમાજ સ્વ છબી  
(C) સ્વીકાર્ય સ્વ છબી (D) (A) અને (C) બંન્ને
- (13) નીચેનો કયો વિકલ્પ કુટુંબ જીવન ચક્રનો એક તબક્કો નથી ?
- (A) યુવા સિંગલ્સ (B) સંપૂર્ણ માળો - 4/IV  
(C) એક માત્ર હયાત/બચી જનાર (D) ખાલી માળો - I
- (14) કાળજીપૂર્વક તર્ક અને લોજિકલ વિશ્લેષણ દ્વારા ઇચ્છિત ખરીદી પ્રક્રિયામાં \_\_\_\_\_ નો સમાવેશ થાય છે.
- (A) ભાવનાત્મક મોટિવ્સ (B) તર્કસંગત મોટિવ્સ  
(C) પેટ્રોનેજ મોટિવ્સ (D) ઉપરોક્ત કોઈ નહીં.
- (15) નીચેનો કયો વિકલ્પ ઔદ્યોગિક બજારોનું એક લક્ષણ નથી ?
- (A) મૂલ્ય સાપેક્ષ માંગ (B) થોડા ખરીદદારો  
(C) વ્યાવસાયિક ખરીદી (D) મોટા ખરીદદારો
- (16) VALS 2 (વાલ્સ 2) ફેમવર્કનો એક ઘટક નીચેનો કયો વિકલ્પ નથી ?
- (A) પ્રયોગકર્તા (B) ડ્રાઈવર્સ  
(C) સેવર્સ (બચાવકર્તા) (D) ઉપરોક્ત તમામ.
- (17) કંઈ જ માહિતી વગર અથવા મર્યાદિત માહિતી સાથે કોઈ પણ બ્રાન્ડનાં કરવામાં આવતાં વિશ્લેષણના ફળ સ્વરૂપે ઉત્પન્ન થતી પુનરાવર્તિત વર્તણૂકને \_\_\_\_\_ તરીકે ઓળખાય છે.
- (A) પ્રતિક્રિયા (B) હેતુ  
(C) આદત (D) અમલના
- (18) નીચેનો કયો વિકલ્પ પ્રેરણાની એક થિયરી છે ?
- (A) પાવલોવની ક્લાસિકલ કંડિશનિંગ થિયરી  
(B) આલ્ફર્ડની ઇ.આર.જી.ની થિયરી  
(C) ઓપરાં કંડિશનિંગ થિયરી  
(D) ઓબ્ઝર્વેશનલ થિયરી

- (19) નીચેનો કયો વિકલ્પ ગ્રાહક સ્વીકાર પ્રક્રિયાને પ્રોત્સાહિત કરનારું એક પરિબલ/લક્ષણ છે ?
- (A) સંબંધી ગેરલાભ  
(B) સુસંગતતા  
(C) જટિલતા  
(D) ભાગી શકાય નહીં તેવું/નોન રિવિઝીબીલીટી
- (20) નીચેનો કયો વિકલ્પ સંદર્ભ જૂથોની એક લાક્ષણિકતા છે ?
- (A) મૂલ્યો  
(B) ભૂમિકાઓ  
(C) ગ્રુપ ધોરણો  
(D) ઉપરોક્ત તમામ
- 2 (અ) એક ઉદાહરણ સહિત વિવિધ ખરીદી ભૂમિકાઓ સમજાવો. 6  
(બ) વિવિધ પ્રકારના ખરીદી ઘેયો/મોટિવ્સ સમજાવો. 6  
અથવા
- 2 ગ્રાહક વર્તનનો હોવર્ડ-શેઠ મોડેલ સમજાવો. 12
- 3 ગ્રાહક વર્તન પર મૂલ્યો અને જીવનશૈલીની અસરની ચર્ચા કરો. 12  
અથવા
- 3 (અ) નિરીક્ષણાત્મક લર્નિંગ થિયરી પર વિગતવાર નોંધ લખો. 6  
(બ) વલણની રચનામાં સામેલ પરિબલોની ચર્ચા કરો. 6
- 4 સંસ્કૃતિ અને પેટા સંસ્કૃતિ શબ્દો દ્વારા તમે શું સમજો છો ? હાલમાં ભારતમાં કેવા પ્રકારની પેટા સંસ્કૃતિઓ જોવા મળે છે ? તમારો જવાબ ઉદાહરણ સાથે સમજાવો. 13  
અથવા
- 4 (અ) વ્રૂમની અપેક્ષા જરૂરત થિયરી સમજાવો. 6  
(બ) ગ્રાહક વર્તન પર વ્યક્તિત્વની અસર સમજાવો. 7
- 5 ગ્રાહક દ્વારા નવી પેદાશની સ્વિકાર પ્રક્રિયાને પ્રોત્સાહિત કરનાર તથા તેમાં બાધારૂપ બનનાર પરિબલોની વિગતવાર ચર્ચા કરો. 13  
અથવા
- 5 સામાજિક વર્ગોના લક્ષણો સમજાવી માર્કેટિંગ સાથે તેના સંબંધની ચર્ચા કરો. 13

## ENGLISH VERSION

- 1 MCQ 20
- (1) A person who contracts to buy a product or a service is called a
- (A) Consumer (B) Customer  
(C) Buyer (D) Both (B) and (C) above
- (2) The ..... model of consumer decision making talks of three types of decision making namely Extensive Problem Solving, Limited Problem Solving and Routinized Response Behaviour
- (A) Stimulus – Response (B) Schiffman and Kanuk's  
(C) Nicosia (D) Howard-Sheth Model
- (3) Unplanned purchase action at the spur of the moment is called:
- (A) Habit  
(B) Extensive decision making  
(C) Impulse Buying  
(D) None of the above
- (4) ..... is defined as the level at which a person can differentiate between something and nothing
- (A) Just Noticeable Difference  
(B) Absolute Threshold  
(C) Learning  
(D) Subliminal Perception
- (5) Which of the following is not a complexity in Consumer Perception?
- (A) Physical Appearance (B) Stereotypes  
(C) Halo Effect (D) Grouping
- (6) Which of the following is a feature of Opinion Leaders?
- (A) They are sources of both information and advice  
(B) They have Experience  
(C) They have greater exposure to Media  
(D) All of the above

- (7) Which of the following is not one of the three basic components Alderfer's ERG Theory of Motivation?
- (A) Existence Needs                      (B) Growth Needs  
(C) Emotional Needs                      (D) Related Needs
- (8) ..... is one to which the individual wishes or desires to belong.
- (A) Avoidance Group                      (B) Aspirational group  
(C) Reference Group                      (D) None of the above
- (9) Which of the following is not a Factor involved in Attitude Formation?
- (A) Group Factors                      (B) Personality Factors  
(C) Direct Experience                      (D) Likert Scale
- (10) The Operant Conditioning Theory of Learning is also known as
- (A) Classical Conditioning  
(B) Informational Conditioning  
(C) Instrumental Conditioning  
(D) Institutional Conditioning
- (11) ..... is based on the social aspects and imitation of other's behavior.
- (A) Cognitive Theory  
(B) Observational Learning Theory  
(C) Low Involvement Theory  
(D) Habit
- (12) Which of the following is not a type of Self Image?
- (A) Routine Self Image                      (B) Ideal Social Self Image  
(C) Accepted Self Image                      (D) Both (A) and (C) above
- (13) Which of the following is not a stage in the Family Life Cycle ?
- (A) Young Singles                      (B) Full Nest IV  
(C) Solitary Survivor                      (D) Empty Nest -I

- (14) \_\_\_\_\_ involves careful reasoning and logical analysis of the intended purchase.
- (A) Emotional Motives            (B) Rational Motives  
(C) Patronage Motives            (D) None of the above
- (15) Which of the following is not a feature of Industrial Markets?
- (A) Elastic Demand                (B) Few Buyers  
(C) Professional Purchasing (D) Larger Buyers
- (16) Which of the following is not a component of the VALS-2 Framework?
- (A) Experimentals                 (B) Drivers  
(C) Savers                          (D) All of the above
- (17) Repetitive behavior resulting in limited or no information seeking and evaluation of the brand choices is known as
- (A) Reaction                        (B) Motive  
(C) Habit                            (D) Reinforcement
- (18) Which of the following is a Theory of Motivation?
- (A) Pavlov's Classical Conditioning Theory  
(B) Alderfer's ERG Theory  
(C) Operant Conditioning Theory  
(D) Observational Theory
- (19) Which of the following is a factor/feature that encourages the consumer adoption process?
- (A) Relative Disadvantage    (B) Compatibility  
(C) Complexity                    (D) Non divisibility
- (20) Which of the following is a characteristic of Reference groups ?
- (A) Values                          (B) Roles  
(C) Group Norms                 (D) All of the above

2	(A) Explain various Buying Roles with an Example	6
	(B) Explain various Types of Buying Motives	6
OR		
2	Explain the Howard-Sheth Model of Consumer Behaviour	12
3	Discuss the impact of Values and Lifestyles on Consumer Behaviour	12
OR		
3	(A) Write a detailed note on the Observational Learning Theory.	6
	(B) Discuss briefly the Factors involved in Attitude Formation.	6
4	What do you understand by the terms Culture and Sub Culture ? Which are the Important Subcultures existing in India? Explain your answer with an Examples.	13
OR		
4	(A) Explain Vroom's Expectancy Needs Theory.	6
	(B) Explain the Impact of Personality on Consumer Behaviour.	7
5	Explain in detail the Factors that encourage and those that act as Barriers to the Adoption of an Innovation.	13
OR		
5	Explain the features of Social Classes and discuss their relevance to Marketing.	13